

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen Studi pada Trans Sarbagita

Made Irvan Hilmawan¹

Alit Suryani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana

Email: irvanhilmawan@ymail.com

ABSTRAK

Trans Sarbagita adalah penyedia layanan jasa transportasi yang hadir untuk menyelesaikan masalah lalu lintas yang terjadi di Bali. Kualitas layanan yang diberikan oleh Trans Sarbagita sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada Trans Sarbagita merupakan tujuan dari penelitian ini. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang diambil melalui teknik *purposive sampling*. Analisis jalur merupakan metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini. Analisis jalur berguna untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung yang terjadi antar variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung melalui kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : *Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

Trans Sarbagita is a provider of transportation services who attended to resolve the traffic problems that occurred in Bali. Services quality provided by Trans Sarbagita greatly affects customer satisfaction and loyalty. Knowing the effect that the service quality to customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable in the Trans Sarbagita is the purpose of this research. The questionnaire is a data collection techniques used. The research used a sample of 100 respondents drawn through purposive sampling technique. Path analysis is a method of analysis used in this research. Path analysis is useful to determine the direct and indirect effects that occur between variables. The results from this research is the service quality has influence directly and indirectly through consumer satisfaction on consumer loyalty.

Keys : *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Penduduk Provinsi Bali, khususnya yang berada pada Kota

Denpasar dan Kabupaten Badung memiliki tingkat mobilitas yang cukup tinggi. Transportasi umum yang ada pada wilayah Denpasar dan Badung belum mampu untuk mengatasi permasalahan kepadatan dan kemacetan lalu lintas ini. Transportasi umum yang tersedia pada wilayah Denpasar dan Badung pada umumnya terlihat kurang nyaman dan kurang layak untuk digunakan. Selain itu, persepsi yang tercipta di benak masyarakat bahwa, apabila menggunakan alat transportasi pribadi dapat meningkatkan prestise dan kepercayaan diri bagi pengendara alat transportasi tersebut. Dilandasi dari masalah tersebut, pemerintah Provinsi Bali menggagas untuk menciptakan transportasi umum yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengurangi kepadatan atau kemacetan yang terjadi di masa mendatang. Gagasan transportasi yang direncanakan adalah Trans Sarbagita.

Trans Sarbagita merupakan singkatan dari Trans Denpasar-Badung-Gianyar-Tabanan mulai beroperasi secara resmi pada tanggal 18 Agustus 2011. Berdasarkan data penumpang Trans Sarbagita pada akhir September 2011 menunjukkan adanya peningkatan dari jumlah penumpang pada Agustus 2011 hingga 40 persen. Dari rata-rata jumlah penumpang 700 orang per hari, hingga mencapai 1.307 penumpang per hari pada September 2011. Meski mengalami peningkatan yang cukup signifikan, hal tersebut belum mencapai target yang telah ditetapkan, yaitu 1.326 penumpang per hari. Berdasarkan jumlah penumpang tersebut, kurang lebih 1 persennya adalah wisatawan asing. Jumlah penumpang yang mendominasi 72 persennya adalah umum dan 27 persen adalah mahasiswa. Segmen dari bus Trans Sarbagita masih mengarah pada masyarakat umum,

karyawan swasta, serta pegawai pemerintahan hingga pelajar sekolah dan mahasiswa (Bisnis Bali, 2011).

Peningkatan jumlah penumpang atau konsumen yang terjadi pada Trans Sarbagita ini harus diikuti dengan peningkatan mutu layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa Trans Sarbagita. Hal ini didasari oleh penelitian Waguespack, et al (2007) dan Tidichumrernporn, et al (2010), bahwa kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh konsumen dan kepuasan dari konsumen. Mutu pelayanan atau kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pihak pengelola Trans Sarbagita saat ini masih cenderung minim. Zakaria (2010), mengatakan bahwa kualitas layanan yang baik sangat diperlukan oleh konsumen. Minimnya kualitas layanan tersebut yang menjauhkan kualitas pelayanan Trans Sarbagita dari kata puas di benak konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Permasalahan tersebut dapat diselesaikan oleh pihak pengelola Trans Sarbagita, apabila adanya komitmen akan kualitas layanan yang berdasarkan pelanggan merupakan prasyarat utama dalam keberhasilan bisnis, khususnya pada industri jasa. Keberhasilan proses produksi jasa sangatlah tergantung dari penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan suatu jasa (Kaderi dan Diahmarissa, 2003).

Jika kepuasan dari konsumen telah tercapai, maka selanjutnya tugas dari pihak manajemen pengelola Trans Sarbagita adalah mendapatkan dan memelihara loyalitas dari konsumen. Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas pelanggan (Rousan, 2010). Loyalitas dari konsumen sangat mempengaruhi tujuan awal Trans Sarbagita dibentuk, karena loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor kunci akan kesuksesan dari suatu perusahaan (Singh, 2006). Loyalitas konsumen dapat dibentuk dari rasa puas yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak konsumen (Qin Hong, 2008). Fenomena tersebut memperlihatkan, bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas dengan melalui kepuasan konsumen. Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen merupakan tujuan dari penelitian. Berikut adalah hipotesis penelitian melalui kajian yang dilandasi literatur yang mendukung.

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Trans Sarbagita.
- H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Trans Sarbagita.
- H3 : Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada Trans Sarbagita.

H4 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Trans Sarbagita.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Denpasar, Kuta dan Nusa Dua merupakan lokasi yang dipilih. Hal tersebut dikarenakan oleh mayoritas penumpang dari Trans Sarbagita berasal dari daerah-daerah tersebut. Penelitian ini menyajikan pengamatan mengenai pengaruh yang ditimbulkan kualitas layanan jasa terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai intervening. Populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa transportasi Trans Sarbagita yang ada pada wilayah Denpasar, Kuta dan Nusa Dua.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dijabarkan melalui definisi operasional variabel sebagai berikut.

1) Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan merupakan suatu tingkatan akan baik atau buruknya sajian yang diberikan oleh Trans Sarbagita untuk memuaskan konsumen dengan cara memberikan jasa yang dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Indikator dari kualitas layanan adalah kondisi fisik dan interior bus, kebersihan bus, ketepatan waktu kedatangan, jujur dalam pelayanan, kecepatan dalam pelayanan,

siap membantu penumpang, sopan dalam pelayanan, terampil dalam melaksanakan tugas, memiliki tanggung jawab atas penumpang, serta keramahan terhadap penumpang.

2) Kepuasan Konsumen (Y1)

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh konsumen, ketika memperoleh layanan yang diberikan oleh Trans Sarbagita. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah berdasarkan pengalaman, penumpang puas dengan pelayanan Trans Sarbagita; Trans Sarbagita dapat memenuhi harapan penumpang; secara keseluruhan, penumpang percaya, Trans Sarbagita dapat membuat rasa puas di hati penumpang.

3) Loyalitas Konsumen (Y2)

Loyalitas konsumen adalah suatu rasa setia atau keterikatan konsumen akan merek. Loyalitas konsumen dalam penelitian ini diukur menggunakan beberapa indikator, yaitu konsumen mengatakan hal yang positif mengenai Trans Sarbagita, konsumen memberikan anjuran kepada pihak lain untuk menggunakan Trans Sarbagita, Trans Sarbagita merupakan pilihan utama dalam pemilihan jasa transportasi umum.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai metode penentuan sampel dengan ukuran sampel 100 responden. Penyebaran kuesioner dan studi dokumentasi dipilih sebagai metode pengumpulan data pada penelitian ini. Tingkat signifikansi $r > 0,05$ merupakan syarat validnya indikator dalam penelitian ini dan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,7$

adalah syarat indikator untuk dapat dikatakan reliabel. *Path analysis* dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik analisis data yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung yang terjadi, serta yang tidak langsung. Rumus analisis jalur adalah :

$$Y1 = \gamma_1 X1 + \delta_1$$

$$Y2 = \gamma_1 X1 + \beta_1 Y1 + \delta_2$$

$Y1$ = Kepuasan Konsumen

$Y2$ = Loyalitas Konsumen

γ_1 = koefisien variabel kualitas pelayanan

β_1 = koefisien variabel intervening kepuasan konsumen

δ = *error*

X = Kualitas pelayanan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Denpasar dan Kabupaten Badung merupakan wilayah padat penduduk dan destinasi pariwisata yang paling banyak dituju oleh wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat pada jumlah penduduk yang berada pada wilayah Kuta sebanyak 49.800 orang, wilayah Mengwi sebanyak 112.900 orang, wilayah Abiansemal sebanyak 92.384 orang, wilayah Petang sebanyak 30.707 orang, wilayah Kuta Selatan sebanyak 85.374 orang dan wilayah Kuta Utara sebanyak 67.990 orang, sehingga jumlah keseluruhan penduduk Kabupaten

Badung adalah 493.605 orang dan pada wilayah Kota Denpasar yang dibagi menjadi empat kecamatan, antara lain Denpasar Selatan memiliki jumlah penduduk sebanyak 171.108 orang, Denpasar Barat sebanyak 181.962 orang, Denpasar Timur sebanyak 119.012 orang, dan Denpasar Utara sebanyak 160.547 orang, sehingga jumlah keseluruhan dari penduduk Kota Denpasar mencapai 632.629 orang (www.kpu.go.id; 2013).

Hal tersebut menunjukkan, dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi dapat mengakibatkan mobilitas masyarakat dapat terganggu oleh kepadatan lalu lintas. Latar belakang situasional masing-masing individu masyarakat dapat menentukan pemilihan alat transportasi yang akan digunakan dalam mobilitas sehari-hari. Alat transportasi yang murah, cepat dan nyaman merupakan pilihan utama dari setiap individu masyarakat. Kehadiran Trans Sarbagita yang berupaya mewujudkan keinginan masyarakat dalam menciptakan transportasi umum yang murah, cepat dan nyaman merupakan salah satu solusi dalam menghadapi kepadatan lalu lintas.

Penelitian ini mengelompokkan responden dalam tiga kategori. Kategori pertama merupakan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Responden laki-laki dalam penelitian ini berjumlah 64% dan responden perempuan sebanyak 36%. Kategori kedua merupakan usia, responden yang berusia 15-23 tahun mendominasi penelitian ini, yaitu sebanyak 68% dan responden berusia diatas 24 tahun sebanyak 32%. Kategori responden yang ketiga merupakan pekerjaan, mayoritas responden adalah pelajar dan mahasiswa dengan persentase 64% dan 36% nya adalah umum.

Hasil uji *path analysis* menjelaskan pengaruh masing-masing variabel satu sama lain.

Tabel 1 Persamaan Regresi I Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsum

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,200	,734		,003
	Kualitas Layanan	,216	,022	,698	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	363,030	1	363,030	92,999
	Residual	382,550	98	3,904	
	Total	745,580	99		

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah (primer), 2013

Berdasarkan Tabel 1, rumusan persamaannya adalah :

$$Y_1 = 0,698X$$

Tabel 2 Persamaan Regresi II Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,648	,526		1,231	,221
	Kualitas Layanan	,108	,021	,357	5,017	,000
	Kepuasan Konsumen	,561	,069	,577	8,096	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	528,044	2	264,022	143,636	,000 ^a
	Residual	178,299	97	1,838		
	Total	706,343	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Data diolah (primer), 2013

Berdasarkan Tabel 2, dapat dirumuskan persamaan *path analysis* sebagai berikut.

$$Y_2 = 0,357X_1 + 0,577X_2$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Layanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Trans Sarbagita.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung berdasarkan Tabel 1 sebesar 9,644 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan pada taraf signifikansi sebesar 0,05 dan *degrees of freedom* (df) sebesar 99, maka diperoleh nilai t

tabel sebesar 1,984, sehingga nilai t hitung = 9,644 > nilai t tabel = 1,984. Penjelasan tersebut memiliki arti bahwa, pada pengujian tersebut H_0 ditolak dan H_a diterima, maka pengujian tersebut memiliki pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dari pengujian hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustiono dan Sumarno (2006), Wang I-Ming dan Shieh (2006), Aryani dan Rosinta (2010), Paramitha, dkk (2013), Yusnaini (2009), Juga, et al (2010), dan Padma, et al (2010).

Kualitas Layanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Trans Sarbagita.

Hasil dari penelitian menunjukkan nilai t hitung kualitas layanan berdasarkan Tabel 2 sebesar 5,017 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$. *Level of significance* sebesar 0,05 dan df sebesar 99, serta diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga nilai t hitung = 5,017 > nilai t tabel = 1,984. Penjelasan tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian tersebut menunjukkan, jika kualitas layanan konsumen ditingkatkan oleh petugas Trans Sarbagita, maka loyalitas dari konsumen Trans Sarbagita akan ikut meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Widyaningtyas (2010); Nariswari dan Iriawan (2012); serta Aryani dan Rosinta (2010) menemukan hasil yang serupa dengan penelitian ini.

Kepuasan Konsumen berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada Trans Sarbagita.

Tabel 2 menunjukkan nilai t hitung untuk kepuasan konsumen adalah 8,096 dengan hasil signifikansinya $0,000 < 0,05$. *Level of significance* sebesar 0,05 dan df sebesar 99 diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga nilai t hitung = 8,096 > nilai t tabel = 1,984. Penjelasan tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka hasil dari pengujian tersebut adalah jika kepuasan konsumen meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan loyalitas konsumen. Sukmawati (2011); Yusnaini (2009); Agustiono dan Sumarno (2012); Shanka (2012); Akbar dan Parvez (2009); dan Mohsan, et al (2011) dalam penelitiannya menemukan hasil yang sejalan dengan penelitian ini.

Kualitas Layanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas dengan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Trans Sarbagita.

Pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen memperoleh hasil nilai *standardized beta* sebesar 0,698 dengan hasil signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti kedua variabel tersebut memiliki pengaruh satu sama lain. Nilai *standardized beta* sebesar 0,698 merupakan jalur p1.

Tabel 2 Model Regresi II, menjelaskan nilai *standardized beta* untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,357 dan variabel kepuasan konsumen sebesar 0,577 memiliki pengaruh yang signifikan. Nilai *standardized beta* kualitas pelayanan sebesar 0,357 merupakan jalur p2 dan nilai *standardized beta* kepuasan konsumen sebesar 0,577

merupakan p_3 . Besarnya pengaruh tidak langsung yang terjadi dapat dihitung dengan mengalikan nilai p_1 dan p_3 sebesar $(0,698) \times (0,577) = 0,403$.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa analisis *path* menunjukkan kualitas layanan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening yang ditunjukkan dengan nilai dari pengaruh tidak langsung sebesar $0,403 > 0,357$ yang merupakan pengaruh langsung antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Temuan penelitian tersebut mengartikan jika kualitas layanan ditingkatkan, maka hal tersebut akan mendorong peningkatan yang terjadi pada kepuasan konsumen, serta berdampak pada loyalitas konsumen yang mengalami peningkatan. Penelitian yang dilakukan oleh Widyaningtyas (2010); Agustiono dan Sumarno (2006); Handayani, dkk. (2013); Sutino dan Sumarno (2005); dan Kheng, et al (2010) menemukan hasil yang serupa dengan penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris, bahwa variabel kualitas layanan mempengaruhi loyalitas konsumen Trans Sarbagita melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung, karena kedua daerah tersebut termasuk dalam daerah padat penduduk dan memiliki mobilitas yang cukup tinggi. Dari hasil model dan analisis data yang dilakukan,

didapatkan empat hipotesis yang memiliki hasil yang positif dan signifikan. Berikut penjabaran hasil penelitian dari keempat hipotesis penelitian ini:

- 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Trans Sarbagita.
- 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Trans Sarbagita.
- 3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Trans Sarbagita.
- 4) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Trans Sarbagita.

Saran yang dapat peneliti berikan untuk kepentingan peneliti lain yang akan mengangkat topik sejenis adalah menambahkan variabel independen selain kualitas layanan yang mempengaruhi variabel dependen loyalitas konsumen dan variabel intervening kualitas layanan, karena masih ada variabel independen lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Teknik analisis data yang digunakan diharapkan menggunakan yang berbeda, seperti *Structural Equation Modeling* (SEM), agar terdapat variasi jawaban yang dapat dimunculkan.

REFERENSI

- Agustiono, B. dan Sumarno. 2006. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit ST. Elisabeth Semarang. *Majalah Ilmiah Kopertis*, 1(1): h; 1-18.
- Akbar, M.M. dan Parvez, N. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *ABAC Journal*, 29(1): h; 24-38.
- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2): h; 114-126.
- Bisnis Bali. 2011. Naik 40 Persen, Penumpang Trans Sarbagita (HL). <http://www.bisnisbali.com/2011/10/14/news/otomotif/x.html>.
- Handayani, D.P., Saryadi dan Nurseto, S. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Ejournal Universitas Diponegoro*, 2(1): h; 125-132.
- Juga, J., Jountunen, J. dan Grant, D.B. 2010. Service Quality and its Relation to Satisfaction and Loyalty in Logistics Outsourcing Relationships. *Managing Service Quality*, 20(6): h; 496-510.
- Kaderi, S. dan Diahmarissa, T. 2003. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan, Studi Kasus : Garuda Indonesia kelas Ekonomi. *Jurnal Manajemen ITB*, 2(10): h; 13-23.
- Kheng, L.L., Mahamad, O. dan Ramayah, T. 2010. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2): h; 57-66.
- KPU. 2013. Jumlah Penduduk Provinsi Bali. www.kpu.go.id/dmdocuments/51-bali-all.pdf.
- Mohsan, F., Nawaz, M.M., Khan, M.S., Shaukat, Z. dan Numan, A. 2011. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16): h; 263-270.
- Nariswari, R dan Iriawan, N. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan *Flexi Mobile Broadband* di Wilayah Surabaya dengan Pendekatan SEM Bayesian. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 1(1).

- Padma, P., Rajendran, C. dan Lokachari, P.S. 2010. Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction in Indian Hospitals. *Benchmarking: An International Journal*, 17(6): h; 807-841.
- Paramitha, A.A.A, Rahyuda, I.Kt. dan Suasana, I.G.A.K. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1): h; 19-28.
- Qin, H. dan Prybutok, V.R.2008. Determinant of Customer-Perceived Service Quality in Fast Food Restaurants and Their Relationship to Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *The Quality Management Journal*, 15(2): h; 35-50.
- Rousan, Al, M. Ramzi dan Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impacts of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. *International Journal of Human and Social Sciences*, 5(13): h; 886-892.
- Shanka, M.S. 2012. Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1): h; 1-9.
- Singh, H. 2006. The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention. *Academy of Marketing Science*, 60: h; 193-225.
- Sukmawati, K. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api Eksekutif. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadharma*, <http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/1232/1/10207626.pdf>.
- Sutino dan Sumarno. 2005. Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Pos Indonesia 50000. *Majalah Ilmiah Kopertis*, 15(23): h; 9-20.
- Tidtichumrernporn, T.,Janasak, S., Mujtaba, B.G., Khunsongkiet, P., Duangjai, N. dan Bhawanantechanon, N. 2010. Measuring the Satisfaction of Domestic and International Tourists toward Lanna Cultural Tourism Products: A Study of Progress in Chiang Mai Walking Street Activities. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1(3): h; 31-52.
- Waguespack, B., Rhoades,D.L. dan Tiernan, S. 2007. An Investigation Into Airline Service Quality Performance Between US Legacy Carriers and Their EU Competitors and Partners. *Journal of Air Transportation*, 12(2): h; 59-71.

- Wang, I-Ming dan Shieh, Chich-Jen. 2006. The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction: The Example of CJCUC Library. *Journal of Information and Optimization Sciences*, 27(1): h; 193-209.
- Widyaningtyas, R. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Kereta Api HARINA (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang). *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Yusnaini. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 2(1).
- Zakaria, Z, Husin, Z.Hj., Batau, M.F.A. dan Zakaria, Z. 2010. Service Quality of Malaysian Public Transports: A Case Study in Malaysia. *Cross-Cultural Communication*, 6(2): h; 84-92.